腾讯广告实物商品检验管理规范

腾讯广告实物商品检验管理规范

第一章 总则

1.1规范目的

为了保障消费者的合法权益，维护腾讯广告平台的正常秩序，规范腾讯广告实物商品广告主（含直客广告主与子客广告主，以下简称“广告主”）商品检验的流程及标准，特制定《腾讯广告实物商品检验管理规范》（以下简称“本规范”）。 腾讯根据本规范，通过要求广告主送检、抽检等方式对广告主商品进行检验，以判断广告主是否存在虚假宣传、商品与广告素材是否不符或有其他违反法律法规、腾讯平台规则等的情况。

1.2 适用范围

告平台投放商品广告的，直客广告主应遵守本规范规定的广告主义务。直客广告主违反本规范的，根据本规范、《广告主合作协议》、《腾讯广告平台广告主管理规范》及其他腾讯平台规则由直客广告主接受处罚并承担相应责任。 子客广告主通过服务商在腾讯广告平台投放商品广告的，服务商应遵守本规范规定的广告主义务，并督促、确保子客广告主知悉并遵守本规范。子客广告主或服务商违反本规范的，根据本规范、《服务商合作协议》、《服务商管理规范》及其他腾讯平台规则由服务商接受处罚并承担相应责任，如上述协议或规则没有明确规定的，参照《腾讯广告平台广告主管理规范》处理。

第二章 检验方式

2.1 强制送检

2.1.1 强制送检适用范围

有意向在腾讯广告平台投放安全风险系数高、负反馈高、对平台危害大等商品广告的广告主，必须按照本规范在广告投放前将商品提交腾讯指定的第三方质检机构进行检测，经检测合格才可投放相应广告。 强制送检的商品包含但不限于以下类型：暖

机器人、摄像头、儿童智能机器人、冰丝裤、阔腿裤、卫衣裙、收腹裤、冰丝连衣裙 、菠萝袜、驼奶、黄鱼酥、生蚝罐头、划痕蜡等，腾讯广告平台通知或公告的应强制送检的其他商品，具体送检流程指引可参考**《腾讯广告主送检流程》**

2.1.2 强制送检通知

对于强制送检的商品，广告主在腾讯广告平台开户并递交意向投放素材后，腾讯将通知广告主送检。

2.2 抽检

2.2.1 抽检适用范围

针对已在腾讯广告平台投放广告的广告主，结合用户投诉反馈等情况，腾讯将不定期抽检部分广告推广的商品。

2.2.2 抽检样品

抽检的样品由腾讯指定人员以普通消费者身份点击相关商品投放的广告链接购买。

第三章 检验规则

3.1检验内容

检验内容包括但不仅限于：

标准或行业、企业标准。

3.1.3商品包装、商标、标签是否符合所适用的法律法规、国家标准或行业、企业标准。

3.1.4其他与商品的质量等相关的项目。

3.2检验标准

3.2.1 商品应符合《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国广告法》及其他法律法规的规定。

3.2.2 商品的性能、功能、材质、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等应与其广告宣传的内容一致。

3.2.3 商品有其所适用的国家标准的，应符合国家标准的规定，行业标准、团体标准、企业标准高于国家标准的，还应符合相应标准的规定。

3.2.4 如商品没有所适用的国家标准和行业标准，由腾讯委托的第三方检测机构推荐检验标准，最终以腾讯确认为准。

3.2.5 部分商品类目常见的检测相关标准，包括但不限于以下：

数码家电：**数码家电类商品品质抽检细则**

这篇文章对你有帮助吗?

护肤彩妆：**护肤彩妆类商品品质抽检细则**

服饰鞋帽箱包、日用百货：**特殊材质商品品质抽检细则**

初级农产品：**初级农产品类商品品质抽检细则**

全行业：**腾讯广告平台商品体验抽检细则**

腾讯有权随时单方补充、更新上述标准。相关标准腾讯将通过邮件、站内通知、站内公告等形式中的一种或多种方式通知广告主，广告主应及时关注并查看相关内容。

3.3检验机构

强制送检及抽检均由腾讯委托具有国家认可的认证机构资质与检测机构资质的第三方质检机构进行检验。

3.4检验流程

3.4.1检验流程的启动

根据不同情况，商品检验流程将以以下方式启动：

（1） 强制送检的，由腾讯向广告主发送强制送检通知后启动；

（2） 抽检的，由腾讯确定抽检对象后启动。

告主需自行联系由腾讯指定的检验机构。检验机构将邮件联系广告主并告知检验机构名称、寄样地址、联系方式等信息。广告主应在收到上述信息后将检验商品的样品邮寄至被告知的寄样地址。广告主应在寄送样品的包裹中附纸质打印送检通知邮件并注明：商家送检+账户 id，并将快递单号通过邮件发送至检验机构和腾讯。

对于抽检的商品，由腾讯指定人员以普通消费者身份点击相关商品投放的广告链接购买样品，并寄送给检验机构。

3.4.3 检验

检验机构收到样品后按照检验标准进行检验并出具检验报告。

3.4.4 检验结果

检验商品存在一项或一项以上不符合检验标准的，将被认定为“不合格”。

3.4.5 检验结果通知

强制送检检验完成后，检验机构将通知广告主检验结果，并将检验报告原件发送给腾讯。抽检合格的，腾讯自行决定是否将结果告知广告主。抽检不合格的，腾讯将通知广告主抽检结果。

若广告主对检验结果有异议，应在收到检验结果后5个工作日内向腾讯提出申诉，并提供相应证据材料，否则视为无异议。

如广告主无法在上述申诉期限内提交完整有效的证据资料的，可以先行提出申诉并说明无法及时提供的理由，并在提出申诉后的10个工作日内补充提供证据资料，否则视为无异议。 平台将在收到商家申诉邮件后的5个工作日内回复商家申诉结果。为保护消费者权益，申诉及复验期间不中止已执行的处理措施。

3.4.7 复验

强制送检的，广告主可以多次发起复验，但复验费用由广告主自己承担。抽检的，若商家在申诉期限内能够提供有效申诉资料且符合第3.4.7.1--3.4.7.2规定的复验条件，腾讯可支持商家的复验请求，同一商品商家只有一次申请复验机会。

3.4.7.1 复验样品

复验时，若能在原样上进行复验，则支持用原样复验；若不能在原样上进行复验，强制送检的，由商家重新提供样品，抽检的，需质检机构有备样才支持复验；其它情况不支持复验。

3.4.7.2 不予复验的情况：

这篇文章对你有帮助吗？

（1）商品感官质量（指外观及外在品质，例如商品异味、商品包装质量、实际规格尺寸等）不允许复验；

（2）超过申诉期限提出复验申请；

（3）被检方提出复验时，样品（包括原样及备样）在复验有效期内于正常贮存条件下已失效；

（4）因鉴定方法、鉴定技术等客观原因，样品（包括原样及备样）在鉴定过程中自然损坏或失效，无法支持二次鉴定；

（5）无备样或者备样与原样存在明显的差异，而又无法在原样上进行复验的；

（6）不支持复检的项目，如微生物、甲醛等；

（7）标识标签、描述不符等文字、信息层面不符合平台规定的；

（8）抽检的，不支持广告主重新寄送样品复检；

（9）其他法律、法规规定及平台规则约定不得复验的其他情况。

3.5 检验费用

件通知为准，寄样所需邮费及其他费用由寄样方自行承担。

第四章 检验不合格的处理

4.1 强制送检不合格的处理

如强制送检的检验结果为不合格的，腾讯将不予接受广告主就该类商品发出的广告投放请求。

4.2 抽检不合格的处理

如广告投放后抽检的检验结果为不合格的，为保护消费者权益，腾讯将立即对广告主采取冻结账户措施，并按以下规则处理：

（1）如广告主在申诉期内未提出申诉或申诉未被受理的，腾讯将按照首次检验结果并依据本规范及《腾讯广告平台广告主管理规范》进行处理或处罚。

（2）如广告主在申诉期内提出申诉且被受理的，在申诉及复检期间，腾讯仍继续依据本规范及《腾讯广告平台广告主管理规范》进行处理或处罚。如经复检合格的，腾讯将解除处罚，但腾讯无需就前述期间内所采取的账号冻结及其他处罚措施赔偿广告主任何损失。如经复检仍不合格的，腾讯将按照

4.3 违规处理

4.3.1 经商品检验发现广告主存在违反法律法规、《广告主合作协议》或腾讯平台规则的情形的，腾讯根据《腾讯广告平台广告主管理规范》的相关规定，对广告主处理或处罚。

4.3.2 腾讯对广告主的处罚不免除广告主依据法律法规、腾讯广告平台相关规则或与腾讯及其关联公司签订的各协议所应承担的法律责任。

第五章 附则

5.1腾讯将以邮件、站内信或平台通知的方式将本规范内容告知广告主。广告主在腾讯广告平台的登录、使用等行为即视为已阅读并同意本规范的约束，若广告主不同意或对本规范的相关规定有异议，应立即停止使用腾讯广告平台的相关服务，并及时向腾讯反馈。

5.2腾讯有权根据相关法律法规，或腾讯广告平台运营的需要，对本规范进行修改并更新，广告主应经常查看以便获得最新信息，若广告主继续使用腾讯广告平台服务，视为同意本规范的修改或更新。

商业上的合理努力依照现行有效的法律法规做出判断及处理，由此产生的后果，广告主予以理解并同意自行承担后果。

5.4 本规范的成立、生效、履行、解释及纠纷解决，适用中华人民共和国大陆地区法律（不包括冲突法）。

5.5 若广告主和腾讯之间发生任何纠纷或争议，首先应友好协商解决；协商不成的，双方同意将纠纷或争议提交深圳市南山区有管辖权的人民法院管辖。

5.6 本规范所有条款的标题仅为阅读方便，本身并无实际涵义，不能作为本规范解释的依据。

5.7 本规范的条款无论因何种原因部分无效或不可执行，其余条款仍有效，对双方具有约束力。

这篇文章对你有帮助吗?

相关站点

腾讯广告投放平台
腾讯广告营销学堂
客户工作台
腾讯广告互选平台

流量变现

微信广告流量主
腾讯优量汇

服务商

服务商查询
加入服务商

权益保护

关于腾讯
隐私保护
版权保护投诉指引
服务条款

关注腾讯广告务号
获取最新投放息